

**PEMBINGKAIAN BERITA TENTANG RENCANA KENAIKAN
BBM PER 1 APRIL 2012**

**(Analisis Framing Pemberitaan rencana Kenaikan BBM per 1 April 2012 di
Harian Jawa Pos dan Kompas Edisi 28 Februari – 1Maret 2012)**

SKRIPSI



OLEH :

WAHYU SETIANINGRUM
NPM : 0843010059

**YAYASAN PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMBINGKAIAN BERITA TENTANG RENCANA KENAIKAN BBM PER 1 APRIL 2012 (Analisis Framing Pemberitaan rencana Kenaikan BBM per 1 April 2012 di Harian Jawa Pos dan Kompas Edisi 28 Februari – 1 Maret 2012)”

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan sangat terbatasnya ilmu dan kurangnya pengalaman Penulis dalam penyusunan skripsi. Meskipun demikian, dalam penyusunan skripsi ini Penulis telah mendapatkan bimbingan Bapak Zainal Abidin Achmad, S.sos, M.Si, M.Ed. Oleh karena itu pada kesempatan ini pula, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Dra. Hj. Suparwati, MSi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito, S.Sos, MSi, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orangtuaku yang selalu mendukung dan memberi semangat serta doa-nya selama ini.

5. Untuk semua pihak yang mendukung baik semangat maupun doa-nya yang Peneliti tidak dapat sebutkan satu per satu.

Demikian atas segala bantuan, baik moril maupun materiil yang telah diberikan, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Penulis menyadari bahwa ini semua masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun

Surabaya, Mei 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitin.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1. Surat Kabar Sebagai Kontrol Sosial.....	12
2.1.2 Surat Kabar dan Konstruksi Realitas.....	13
2.1.3. Media dan Berita	20
2.1.4. Ideologi Media.....	27
2.1.5 Hierarchy of Influence	28

2.1.6 Produksi Berita	30
2.1.7 Berita Sebagai Hasil Konstruksi Realitas.....	38
2.1.8. Analisis Framing.....	39
2.1.9. Proses Framing Entman.....	46
2.1.10. Perangkat Framing Entman	47
2.1.11. Efek Framing	49
2.1.12. Dampak Kenaikan BBM	53
2.2 Kerangka Berpikir	56

BAB III METODE PENELITIAN 61

3.1. Definisi Operasional.....	62
3.2. Unit Analisis	63
3.3. Populasi dan Korpus	64
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.5. Teknik Analisis Data	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Gambaran Umum Surat Kabar Harian Jawa Pos	68
4.1.2 Gambaran Umum Surat Kabar Harian Kompas.....	72

4.1.2.1 Sejarah Perkembangan Surat Kabar	
Harian Kompas	72
4.1.2.2 Kebijakan Redaksional Kompas.....	77
4.2 Hasil Dan Pembahasan	77
4.2.1 Analisis Framing Surat Kabar Harian Jawa Pos.....	78
4.2.1.1 Framing Berita Jawa Pos Tanggal 28 Februari 2012.....	78
4.2.1.2 Framing Berita Jawa Pos Tanggal 29 Februari 2012.....	81
4.2.1.3 Framing Berita Jawa Pos Tanggal 1 Maret 2012	84
4.2.2 Analisis Framing Surat Kabar Harian Kompas	87
4.2.2.1 Framing Berita Kompas Tanggal 28 Februari 2012	87
4.2.2.2 Framing Berita Kompas Tanggal 29 Februari 2012	90
4.2.2.3 Framing Berita Kompas Tanggal 1 Maret 2012	92
4.3. Pembahasan	95
4.3.1. Pembahasan Framing Surat Kabar Harian Jawa Pos	95
4.3.2. Pembahasan Framing Surat Kabar Harian Kompas.....	96
4.3.3. Perbandingan Framing Surat Kabar Harian	
Jawa Pos dan Kompas	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....99

5.2 Saran100

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Analisis framing Jawa Pos Tanggal 28 Februari 2012.....	80
Tabel 4.2	Analisis framing Jawa Pos Tanggal 29 Februari 2012.....	83
Tabel 4.3	Analisis framing Jawa Pos Tanggal 1 Maret 2012	86
Tabel 4.4	Analisis framing Kompas Tanggal 28 Februari 2012	89
Tabel 4.5	Analisis framing Kompas Tanggal 28 Februari 2012	91
Tabel 4.6	Analisis framing Kompas Tanggal 28 Februari 2012	94
Tabel 4.7	Analisis framing Surat Kabar Harian Jawa Pos	95
Tabel 4.8	Analisis framing Surat Kabar Harian Kompas.....	96
Tabel 4.9	Perbandingan Surat Kabar Harian Jawa Pos dan Kompas	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1Gambar “Hierarchy of Influence” Shoemaker dan Reese.....	29
Gambar 2.2 Gambar Kerangka Pikir.....	60

ABSTRAKSI

WAHYU SETIANINGRUM, PEMBINGKAIAN BERITA TENTANG RENCANA KENAIKAN BBM PER 1 APRIL 2012 (Analisis Framing Pemberitaan rencana Kenaikan BBM per 1 April 2012 di Harian Jawa Pos dan Kompas Edisi 28 Februari – 3 Maret 2012)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh issue kenaikan BBM yang selalu menjadi pro dan kontra di negara kita, dan menjadi bahan pembicaraan publik dari level masyarakat biasa hingga elite politik. Tidak sedikit dari masyarakat maupun elite politik yang menentang kebijakan-kebijakan tersebut

Pada Penelitian ini akan dijelaskan bagaimana cara media dalam membingkai berita tentang kebijakan pemerintah pra kenaikan BBM melalui penonjolan maupun penekanan issue yang diangkat oleh harian *Kompas* dan *Jawa Pos*, yang dikonstruksikan dalam suatu proses penulisan berita. Penulisan berita meliputi bagaimana cara wartawan dalam menyusun fakta, menceritakan fakta, menulis dan memberi penekanan pada fakta. Penulis akan menganalisis berita tentang rencana kenaikan BBM per 1 April 2012 di harian *Kompas* dan *Jawa Pos*. dengan menggunakan analisis *framing* dari Robert N. Entman.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis *framing*. Analisis *framing* sangat tepat digunakan untuk menangkap kecenderungan sikap dan prespektif suatu media dalam cara pemberitaannya. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah konsep dari model Entman yang menggunakan empat cara tentang menganalisis *framing*, sehingga akan dapat diketahui bahwa bagaimana *frame* atau pembingkai berita yang dilakukan oleh harian Kompas dan Jawa Pos dalam mengangkat issue maupun membongkar kasus-kasus yang terdapat dalam pemberitaan kedua media tersebut. Adapun empat cara yang digunakan dalam analisis *framing* model Robert N. Entman, yaitu : Define problem, Diagnose Cause, Make Moral Judgement Treatment recommendation. Korpus dalam penelitian ini adalah berita-berita tentang rencana kenaikan BBM di surat kabar *Kompas* dan *Jawa Pos* periode tanggal 28 Februari - 3 Maret 2012.

Hasil analisis peneliti dapat diketahui bahwa Surat Kabar Jawa Pos membentuk konstruksi berita tentang kenaikan harga BBM dimaknai sebagai masalah Politik. Surat Kabar Kompas membentuk berita tentang kenaikan harga BBM dimaknai sebagai masalah Ekonomi. Surat Kabar Jawa Pos mempersalahkan bahwa harga minyak mentah dunia adalah sebagai penyebab masalah, sedangkan Pemerintah berusaha mencari solusi berupa kompensasi bagi masyarakat. Surat Kabar Kompas mempermasalahkan bahwa pemerintah

menjadi penyebab masalah dengan berbagai opsi yang diawarkan dan terkesan membingungkan masyarakat. Surat Kabar Jawa Pos memberikan solusi bahwa pemerintah berusaha memberikan kompensasi sebagai ganti rugi menaikkan harga bahan bakar minyak. Surat Kabar Kompas memberikan solusi bahwa pemerintah segera mematangkan beberapa kompensasi kenaikan BBM dan nanti akan muncul dalam APBN perubahan 2012

Kata kunci : berita, framing

ABSTRACT

The background of this research is the issue of fuel price hike which is always the pros and cons in our country, and the subject of public discussion of the level of ordinary people to the political elite. Not a few of the people and political elite who oppose the policies

In the research will be explained how the news media in framing the government's policy of pre-hike through the protrusion and the fuel pressure issue raised by the Kompas daily and the Java Post, which is constructed in a process of news writing. News writing include how to reporters in establishing the facts, tell the facts, write and give emphasis to the fact. The author will analyze the news of the planned increase in fuel per 1 April 2012 and the Java Post Kompas daily. by using framing analysis of Robert N. Entman.

The method used is a qualitative method with an analysis of framing. The analysis is very precise framing is used to capture the attitude and the tendency of a media perspective in the way of preaching. The analysis used in this study is the concept of a model that uses four-way Entman on framing menganalisis, so it will be able to know that how to frame or framing of the news carried by the daily Kompas and the Java Post in raising the issue as well as dismantle the cases contained in the news the media. The four methods used in framing the analysis Robert N Etnman models, namely: Define the problem, Diagnose Cause, Treatment Make Moral Judgement recommendation. Corpus in this study is the news about the planned rise in fuel prices in the newspaper Kompas and the Java Post period from 28 February to 3 March 2012.

The results of the analysis of research can be seen that form the Java Post Newspapers construction news about rising fuel prices interpreted as a political issue. Compass Newspapers shape the news about rising fuel prices interpreted as a economi issue. Java Post Newspapers blamed the price of crude oil is the cause of the problem, while the government is trying to find a solution in the form of compensation for the community. Compass Newspapers disputed that the government is causing a problem with a variety of options diawarkan confuse and impress people. Java Post Newspapers provide a solution that the government seeks to provide compensation for damages raise the price of fuel oil. Compass Newspapers provide a solution that the government will soon finalize a compensation increase in fuel and will appear in the Budget 2012 changes

Keywords :news, framing

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi. Media massa menyajikan kegiatan atau peristiwa yang terjadi dalam kehidupan manusia. Hingga antara keduanya tidak dapat dipisahkan dan saling membutuhkan satu sama lainnya. Berita – berita yang disajikan oleh media massa merupakan hasil seleksi dari berbagai issue yang berkembang di masyarakat. Tidak semua kejadian atau peristiwa yang terjadi didalam kehidupan manusia ditampilkan oleh media massa. Media massa berhak untuk menentukan fakta apa yang akan diambil bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan,serta hendak kemana berita tersebut dibawa. Ini tentu saja berkaitan dengan cara pandang atau perspektif yang digunakan oleh masing-masing media (Sobur,2002 ; 162).

Media massa sebagai ruang dimana berbagai ideologi dipresentasikan yang berarti disatu sisi media dapat menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun disisi lain media juga dapat menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Meskipun demikian,media sesungguhnya berada ditengah realitas sosial yang sarat dengan berbagai kepentingan,konflik dan fakta yang kompleks dan beragam,sehingga media massa mempresentasikan kepentingan banyak pihak. Media massa juga dapat menjadi instrument perjuangan

bagi kaum tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan (Eriyanto,2003 : 47).

Sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita,penilaian atau gambaran, media massa mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik. Media massa ikut menentukan baik tidaknya masyarakat dan apa yang ditampilkan akan diikuti oleh khalayak. Selain itu dalam media massa ada pemilik modal,pemimpin redaksi,pemerintah dan masyarakat. Masing-masing kelompok ini mempunyai ukuran, tuntutan,keinginan yang berbeda satu sama lain. Perbedaan kepentingan ini yang membuka peluang memunculkan *conflict of interest* (konflik kepentingan), sehingga perlu adanya aturan yang konkret untuk membatasi apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak, sehingga diharapkan dapat mewedahi atau menjadi tolak ukur dalam mengatur “pergaulan” antara media massa,pemerintah dan masyarakat. Hal tersebut yang menjadikan media massa dapat memberikan pengaruh – pengaruh positif dan negatif. dengan adanya peran tersebut media massa merupakan sebuah kekuatan raksasa yang sangat diperhitungkan.

Namun sebagian masyarakat berpendapat bahwa media massa tidak lebih banyak memberikan kebenaran atau fakta apa adanya. Media cenderung menciptakan peristiwa,menafsirkan dan mengarahkan terbentuknya kebenaran.Tidak selalu untuk melayani kepentingan pihak-pihak tertentu secara setadan terkontrol. Maka yang namanya realitas dan subjek politik menjadi luntur, keduanya tidak selalu menjadi

penting ketimbang yang dikatakan media tentang realitas dan subjek politik tersebut (Sobur,2002 : 30-31).

Meskipun demikian tak dapat dipungkiri bahwa media massa mempunyai peranan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat, terlepas dari bagaimana wartawan mengemas dan menyajikan beritanya. Karena media massa juga merupakan jembatan dalam membangun stabilitas nasional serta kontrol sosial antara pemerintah dan masyarakat, yang ada dalam penyampaianannya tidak hanya dapat disampaikan secara langsungnamun secara efisiensi dan efektifitas hal tersebut juga dapat disampaikan melalui media massa.

Media massa dibedakan menjadi dua macam yaitu media massa elektronik dan media massa cetak. Media massa elektronik adalah suatu media yang menampilkan pesan – pesan baik secara audio maupun secara visual. Contohnya : televisi, radio, internet, dan sebagainya. Sedangkan media massacetak adalah suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Dan salah satu bentuknya adalah surat kabar (Koran). (Eriyanto,2002:3-5)

Surat kabar secara spesifik memiliki keunggulan, antara lain informasi-informasi yang dicantumkan setiap hari sesuai dengan apa yang sedang terjadi didalam masyarakat, dan mampu menjangkau masyarakat luas. Berbeda dengan majalah yang terbit setiap seminggu sekali, dua minggu sekali, atau sebulan sekali. Maka surat kabar terbit setiap hari.Surat kabar juga menyajikan berita dan informasi

yang singkat, padat dan jelas. Surat kabar hanya dapat dinikmati secara visual, yaitu menggunakan satu indera, penglihatan. Ini menjadikan surat kabar sebagai hot media dan tidak multitafsir. Surat kabar pun merupakan media yang praktis dan portabel.

Dalam menyajikan berita yang akan disampaikan kepada khalayak, tentunya ada kebijakan-kebijakan yang sudah ditentukan oleh keredaksian yang dapat membatasi wartawan dalam menulis berita. Kebijakan redaksional menjadi sebuah pedoman serta ukuran dalam menentukan kejadian macam apa yang oleh surat kabar itu patut diangkat dan dipilih untuk menjadi berita maupun bahan komentar. Visi pokok yang dijabarkan menjadi kebijakan redaksional tersebut menjadi kerangka acuan serta kriteria dalam menyeleksi dan mengolah bahan menjadi berita. (Oetama, 2001:146)

Berita pada dasarnya dibentuk melalui proses aktif dari pembuat berita. Peristiwa yang kompleks dan tidak beraturan, disederhanakan dan dibuat bermakna oleh pembuat berita. Tahap paling awal dari produksi sebuah berita adalah bagaimana wartawan mempresepsikan peristiwa atau fakta yang akan diliput.

Fakta yang akurat dan aktualisasi masyarakat, merupakan perwujudan dari sebuah informasi atau berita yang selaras, seimbang, dan dapat dipercaya. Oleh karena itu setiap perspektif media dalam mengolah dan menyusun berita akan selalu berbeda-beda, baik dalam kemasan atau dalam tampilannya. Hal tersebut dikarenakan

adanya segmentasi yang berbeda-beda serta visi dan misi yang dibangun dan diciptakan oleh masing-masing media.

Oleh karena itu dalam mengkonstruksi suatu realitas, setiap surat kabar memiliki kebijakan yang akan membuat berita terlihat objektif atau tidak dimata pembaca. Seperti halnya Jawa Pos dan Kompas yang memiliki cara pandang atau arah pemberitaan yang spesifik dan berbeda satu sama lain dalam menyeleksi suatu issue dan menulis berita. Termasuk berita tentang rencana kenaikan BBM per 1 April 2012 yang dimuat dalam surat kabar harian Jawa Pos dan Kompas.

Issue ini dipilih karena kenaikan BBM selalu menjadi pro dan kontra di negara kita, dan menjadi bahan pembicaraan publik dari level masyarakat biasa hingga elite politik. Tidak sedikit dari masyarakat maupun elite politik yang menentang kebijakan-kebijakan tersebut. Seperti ketua fraksi partai Hanura, Sunardi Ayub yang dengan tegas menolak kenaikan BBM subsidi per 1 April 2012 karena dirasa masih banyak solusi yang dapat dikerjakan oleh pemerintah. Menurutnya rencana kenaikan BBM per 1 April 2012 mendatang itu bertentangan dengan konstitusi UUD 1945 Pasal 33 Ayat (3) dan kebijakan pembatasan konsumsi BBM bersubsidi yang diatur dalam UU RI No. 22 Tahun 2011 tentang APBN 2012, Pasal 7 ayat (4), penjelasan Pasal 7 ayat (4), Pasal 7 ayat (6). salah satu solusi misalnya melakukan pembelian minyak hasil tambang tanpa perantara. Karena sampai hari ini pembelian minyak masih melalui calo atau

perantara, sehingga tidak langsung kepada produsen. (www.kompas.com –diakses 7 Maret 2012)

Pro-kontra seperti itu masih saja terjadi meskipun pemerintah telah memberikan sejumlah kebijakan bagi masyarakat miskin, yaitu kupon gratis bagi siswa pengguna angkutan umum, pemberian bantuan sementara masyarakat (BSM) terhadap siswa miskin, dan BBM bersubsidi untuk nelayan. Namun masyarakat tetap menganggap kebijakan tersebut tidak dapat meringankan beban mereka, tetapi malah memperberat kehidupan mereka yang semakin sulit. Dalam hal ini akhirnya pemerintah telah mengajukan usulan dua opsi kenaikan harga BBM bersubsidi untuk mengurangi beban subsidi kepada komisi VII DPR. Opsi pertama, kenaikan harga jual eceran premium dan solar Rp 1.500 per liter. Opsi kedua, memberikan subsidi tetap maksimum Rp 2.000 per liter untuk premium dan solar. Penerapan opsi itu disertai pemberian kompensasi bagi golongan rakyat kurang mampu yang terkena dampak kenaikan harga BBM bersubsidi. (Kompas, 29 Februari 2012).

Issue seperti inilah yang menjadi sorotan surat kabar, yang kemudian oleh pers dijadikan bahan berita dan disebarluaskan kepada khalayak, untuk dapat mengetahui informasi tentang peristiwa tersebut. Namun setiap surat kabar akan melakukan seleksi issue yang berkembang di masyarakat secara berbeda-beda. Tidak semua kejadian yang ada di masyarakat ditampilkan oleh surat kabar. Surat kabar juga memilih untuk menentukan dibawa kemana berita tersebut. Hal ini berkaitan

dengan cara pandang atau perspektif yang digunakan oleh masing-masing surat kabar (Sobur, 2002 : 162). Selain itu berita yang akan disampaikan kepada khalayak juga harus mengandung nilai-nilai berita. Jadi hanya berita yang mempunyai nilai berita saja yang akan diangkat oleh surat kabar, tentunya hal tersebut juga sesuai dengan kebijakan dari bagaimana cara pandang surat kabar itu sendiri.

Perbedaan cara pandang surat kabar sangat dipengaruhi oleh visi dan misi yang dimiliki suatu surat kabar, baik secara eksplisit dan implisit dalam teks yang disampaikan kepada khalayak. Secara teknis kandungan implisit dapat ditelusuri dari proses pemberitaan dalam merekonstruksi suatu fakta dalam konteks tertentu, yaitu saat jurnalis melakukan *framing* (pembingkai).

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi issue dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut. *Framing* seperti dikatakan Todd Gittlin (Eriyanto, 2002) adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Melalui *frame*, jurnalis mengemas peristiwa yang kompleks itu menjadi peristiwa yang dapat dipahami, dengan perspektif tertentu dan lebih menarik perhatian khalayak. Laporan berita yang akhirnya ditulis oleh wartawan pada akhirnya menampilkan apa yang

dianggap penting, apa yang dianggap perlu ditonjolkan dan apa yang dianggap perlu disampaikan oleh wartawan kepada khalayak pembaca.

Sebagai satu bentuk teks media, analisis *framing* mempunyai perbedaan yang mendasar dibandingkan dengan analisis isi kualitatif. Prinsip analisis *framing* menyatakan bahwa terjadi proses seleksi isu dan fakta tertentu yang diberitakan media. Fakta tidak ditampilkan apa adanya, namun diberi bingkai (*frame*) sehingga menghasilkan konstruksi makna yang spesifik. Dalam hal ini biasanya media menyeleksi sumber berita, memanipulasi pernyataan, dan mengedepankan perspektif tertentu sehingga suatu saat interpretasi menjadi lebih mencolok (*noticeable*) daripada interpretasi yang lain. (Sobur, 2002 : 165)

Mengutip pendapat Huda dan Eriyanto bahwa “*Analysis framing* merupakan salah satu model analisis yang alternative yang bisa mengungkap fakta. Analisis *framing* membongkar bagaimana realitas dibingkai oleh media. Melalui analisis *framing* dapat diketahui mana kawan mana lawan, man patron mana klien, siapa diuntungkan, siapa dirugikan, sipaa dibentuk siapa membentuk, dan seterusnya.” (Eriyanto, 2004 : VI)

Pembingkaian berita antara surat kabar yang satu dengan surat kabar yang lain berbeda-beda. Seperti halnya dengan Harian Kompas dan Harian Jawa Pos, yang mana kedua surat kabar ini memiliki cara pandang yang berbeda-beda dalam

membingkai berita tentang rencana kenaikan BBM yang berlangsung per tanggal 1 April 2012.

Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti bagaimana harian Kompas dan harian Jawa Pos membingkai suatu fakta atau peristiwa, terutama dalam menulis, menyajikan serta memberikan penekanan terhadap fakta tentang kebijakan pemerintah mengenai issue kenaikan BBM.

Harian Kompas dipilih karena Kompas merupakan salah satu harian yang besar dan berpengaruh di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana Kompas membingkai suatu issue tentang rencana kenaikan BBM per 1 April 2012. Dalam pemberitaannya, Kompas mengamati bagaimana kinerja pemerintah terhadap kebijakan dalam pengurangan subsidi BBM melalui pemberian dana kompensasi BBM kepada rakyat miskin. Kompas melihat dari segi kebijakan pemerintah yang sepertinya kurang siap dalam melaksanakan kebijakannya. Namun dalam beberapa pemberitaannya, Kompas menempatkan berita yang berkaitan dengan rencana kenaikan BBM pada halaman depan dalam rubrik ekonomi dan bukan sebagai *headline*. Dalam pemberitaannya Kompas memberitakan tentang kebijakan pemerintah, serta mengaitkan kebijakan pemerintah dengan dampak dari adanya kebijakan tersebut dalam segala bidang. Penonjolan issue yang diangkat oleh harian Kompas jelas terlihat pada penulisan judul maupun *lead* (teras berita) yang dilakukan oleh Kompas.

Sedangkan Jawa Pos yang juga merupakan surat kabar harian terbesar di Jawa Timur dan termasuk salah satu harian dengan oplah terbesar di Indonesia. Sikulasinya menyebar di seluruh wilayah Jawa Timur, Bali, sebagian Jawa Tengah, dan DI Jogja. Dia mengklaim sebagai “harian nasional yang terbit dari Surabaya” dan menjadi salah satu harian yang banyak dikonsumsi masyarakat. Selain itu Jawa Pos mempunyai visi sebagai harian independen yang inovatif, lugas, dan terpercaya. Misi Jawa Pos adalah menyajikan informasi terpercaya secara nasional serta berpengaruh bagi pengambilan keputusan, mempertajam isi yang relevan untuk pengembangan pasar, membangun perusahaan penerbitan yang sehat dan menguntungkan. (www.jawapos.co.id – diakses 7 Maret 2012)

Sama halnya dengan Kompas, Jawa Pos juga memberitakan tentang bagaimana kinerja pemerintah terhadap kebijakan dalam pengurangan subsidi BBM melalui pemberian dana kompensasi BBM kepada rakyat miskin. Jawa Pos juga membahas tentang kisaran harga BBM yang akan naik dan rencana pemerintah untuk mengevaluasi harga BBM setiap 3 bulan. Berbeda dengan Kompas, Jawa Pos meletakkan pemberitaan tentang rencana kenaikan BBM ini sebagai *headline*.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis model Robert N. Entman, karena konsep Entman sering dipraktikkan dalam studi kasus pemberitaan media. Salah satunya agar membuat informasi menjadi lebih penting dan menonjol dalam suatu pemberitaan.

Dengan menggunakan model Entman, dapat dilihat bagaimana Kompas dan Jawa Pos membingkai berita tentang rencana kenaikan BBM. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, perbedaan pembedaan berita dari kedua media akan semakin terlihat jelas dengan cara analisa dari model Entman. Bagaimana issue tersebut diangkat, apa saja penekanan atau penonjolan beritanya dan bagaimana membongkar kasus atau issue dalam suatu pemberitaan.

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : “Bagaimana harian Kompas dan Jawa Pos membingkai berita tentang rencana kenaikan BBM per 1 April 2012 ?”

1.3.Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui bagaimana harian Kompas dan Jawa Pos membingkai berita tentang rencana kenaikan BBM per 1 April 2012.

1.4.Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan pada perkembangan ilmu komunikasi, khususnya mengenai analisis teks media dengan analisis framing, dengan menggunakan metode model Robert N. Entman.

b. Secara praktis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menjadi kerangka acuan bagi pihak institusi media surat kabar, khususnya harian Kompas dan Jawa Pos dalam membingkai atau mengkonstruksi suatu realita.